

از ۱۰۰ دلار خرج کرد. روز بعد هیچ اتفاقی نیفتاد؛ ولی دو روز بعد تماس‌های تلفنی شروع شد. گزارشگران و خبرنگاران مختلف برای گرفتن وقت مصاحبه تماس می‌گرفتند. هر روز گزارش‌های تهیه می‌شد و چاپ می‌شد و باعث می‌شد گزارشگران بیشتری به خانه آقای هارتونیان سرازیر شوند.

سپس اتفاق غیرمنتظره‌ای افتاد. از شبکه CNN تماس گرفتند و با دوربین‌ها و دستگاه‌های دیگر برای تهیه گزارش به آنجا آمدند. این گزارش کوتاه CNN چندین بار در تلویزیون پخش شد.

دو ماه بعد جانی کارسون مجری معروف تلویزیونی تماس گرفت و از آقای هارتونیان دعوت کرد در برنامه تلویزیونی‌اش شرکت کند.

آقای هارتونیان در عرض ۶ ماه به یکی از معروف‌ترین چهره‌های آمریکا تبدیل شد. این داستان واقعی قدرت روابط عمومی و برتری آن را نسبت به تبلیغات نشان می‌دهد.

روابط عمومی چیست؟

تعریف بسیار ساده روابط عمومی این است: استفاده از رسانه‌ها برای کسب معروفیت و محبوبیت بیشتر!

مزایای روابط عمومی نسبت به تبلیغات

برای چاپ شدن یا نمایش پیام تبلیغاتی باید مبلغ قابل توجهی بپردازید؛ ولی اگر از روابط عمومی استفاده کنید، نیاز به پرداخت هیچ پولی نیست و نویسنده یا گزارشگر بدون دریافت مبلغ درباره شما، کسب‌وکارتان و محصولاتتان مطلب می‌نویسد. در واقع او خودش به دنبال اطلاعاتی بوده و با کسب‌وکار شما آشنا شده است.

تاثیر روابط عمومی بسیار بیشتر از تبلیغات است. زمان اثرگذاری و ماندگاری روابط

عمومی بسیار بیشتر از تبلیغات است و می‌تواند تا مدت‌ها بر میزان فروش شما تاثیر بگذارد.

مطالبی که توسط روابط عمومی منتشر می‌شود معمولا به اطلاع افراد بیشتری می‌رسد. حتی شاید مجله یا شبکه‌ای تلویزیونی آن مطلب را مجددا منتشر کند که باعث معروفیت بیشتر می‌شود.